

регистрация и память, ясная диспозиция, критический анализ и последовательная логика вплоть до абстрагирующего формализма.

"Зеленое" поведение может выразиться также и в желании иметь здоровье, и в желании долго жить или лучше, то есть может выразиться в реформаторстве. Но тот, кто избирает зеленый цвет, отличается чаще всего тем, что он обязательно желает провести свои взгляды в жизнь, - часто оправдывая себя тем, что он защищает принципы. При этом он идеализирует себя и поучает других. Тот, кто ставит зеленый цвет на первое место, желает нравиться. Ему необходимо признание и он желает самоутверждаться вопреки сопротивлению.

Большое количество студентов (44%) отвергло чёрный цвет. И это не удивительно, ведь согласно статистике, так чаще всего и происходит. Черный выражает накопление, застой, защиту и вытеснение возбуждающих влияний. Кто воспринимает черный цвет как несимпатичный, тот не хочет от многого отказываться. Так как он едва ли способен терпеть лишения, то он рискует выдвигать авторитарные сверхмерные требования. Поэтому черный цвет означает отказ. Отказ означает для него лишения и пугающий дефицит. Так как он не может отказываться, то он избегает опасности и ставит повышенные требования, носящие авторитарный характер.

Таким образом, метод цветowych метафор имеет почти неограниченные возможности при диагностике мотивации человека, ведь часто человек, выбирая тот или иной цвет, сам того не подозревая, "свидетельствует" о тех или иных склонностях, тенденциях и скрытых мотивах собственного поведения. Человек всегда что-то выбирает, выбор совершается как бы сам собой, но говорит о многом. При правильном же подходе к анализу предпочтений можно получить фантастические объемы информации о структуре, динамике и развитии состояний бессознательного как на физиологическом и психодинамическом, так и на культуральном и социально-конвенциональном уровне. В данном случае, проблема индивидуального предпочтения цвета - это проблема "потребности изнутри". Неосознаваемая потребность первоначально складывается на некоем биопсихическом уровне, отражаясь в особенностях восприятия и фиксируясь в различиях эмоциональных реакций на тот или иной стимул. Методики, основанные на ранжировании стимулов и позволяющие определить структуру неосознаваемых предпочтений, предоставляют исследователю доступ к глубинным пластам этого самого "информационно-энергетического метаболизма". Что бы ни случилось с организмом, чего бы ни захотел субъект, куда бы ни направилась его фантазия - все это немедленно отражается на структуре индивидуальных предпочтений. В качестве стимульного материала можно использовать не только цвета и геометрические формы, но и ароматы, вкусы, положения тела и многое другое. Фактически речь идет о формировании особого "диагностического механизма" по типу "биообратной связи".

**Ильяшевич Е.В.**

**г. Астрахань, АГУ**

### **Корпоративная культура и ее связь с частотой встречаемости конфликтов**

В современных организациях все чаще важное место занимают психологические службы, которые, в частности, решают проблему предупреждения и профилактики организационных конфликтов. Поэтому в нашей стране все большую актуальность приобретает такое понятие корпоративная культура. Словосочетание «корпоративная культура» еще несколько лет назад почти никто не знал, хотя оно уже существовало. Интерес к ней возник в связи с той ролью, которую корпоративная культура играла и играет в организации.

Теоретический анализ проблемы показывает, что систематическое изучение корпоративной культуры началось еще в 1982 году, когда американские исследователи Т.Дил и А.Кеннеди создали концепцию корпоративной культуры как важнейшего фактора, влияющего на организационное поведение и корпоративное развитие. В то же время в России понятие корпоративной культуры имеет свою специфику. Так О.С. Виханский и А.И. Наумов рассматривают корпоративную культуру, как набор наиболее важных предположений, принимаемых членами организации и выражающихся в заявляемых организацией ценностях, задающих людям ориентиры их поведения и действий. [4]. Т.Ю.Базаров определяет корпоративную культуру как ценностно-нормативное пространство, в котором существует корпорация во взаимодействии с другими организационными структурами. [3]. Данное определение Т.Ю. Базаровым представляется нам более емким и широким, поэтому мы будем ориентироваться именно на него.

Таким образом, корпоративная культура - во-первых, связывает сотрудников компании воедино, а во-вторых, мотивирует к работе и в идеале способствует процветанию и успешности организации в целом. В связи с этим очень важно сформировать именно ценностно-нормативное пространство в организации, включающее в себя нормы поведения и идеальные модели поведения сотрудников. Ведь корпоративная культура – это признаваемые правила поведения и управления в компании. Приобретая опыт работы в организации, сотрудники формируют свое отношение к этой организации и к собственной работе, включая ее результаты. Особенности ценностно-нормативного пространства определяют, почему человек работаем именно так, а не иначе. Отсюда следует, что организация- это, прежде всего люди, которые взаимодействуют между собой, и между ними, как естественное явление в любых отношениях, могут возникать конфликты.

Конфликты могут иметь как латентный характер их проявления, так и являться следствием динамики развития организации. В связи с этим организацию можно представить как систему взаимосвязанных и постоянно меняющихся процессов. Так организация в начале своего создания будет активно развиваться и расти. Далее следует так называемый период стабильности, а за ним период кризиса. И на каждом этапе развития организации могут возникать соответствующие конфликты. Поэтому основную задачу мы видим в том, чтобы определить, существует ли связь между особенностями корпоративной культуры, как одного из элементов организации, и возникающими в организации конфликтами.

Отметим, что формированию корпоративной культуре часто именно в отечественных организациях уделяется мало внимания, что по нашему мнению может приводить к возникновению конфликтов в организациях.

В настоящее время в психологической, социологической литературе, имеется достаточно большое количество работ, посвященных проблеме конфликтов [2].

В соответствии с этим, в психологии конфликты различают по воздействию на развитие организации и по способу их разрешения. [1]. Выделяются конструктивные и деструктивные конфликты. Представители организационной психологии Ф. Эмери и Э. Торсрад показали, что конфликты в организации неизбежно ведут к изменениям, которые в свою очередь порождают другие конфликты. Как считают Роцин С.К., Ковалев А.Г., Гришина Н.В., страшен не сам по себе конфликт, а деструктивный конфликт, приводящий к серьезному рассогласованию в работе всей организации.[5]. Поэтому не следует оценивать конфликты только как негативные явления, так как они могут содержать не только отрицательные, но и положительные функциональные свойства.

Возникновение конфликтов практически неизбежно в любой организации, а потому их исследование и управление ими играет весьма важную роль в общем управлении деятельностью в каждой организации. И как мы уже отметили, в каждой организации находит свое проявление своя корпоративная культура. В связи с этим теоретический анализ позволил нам выделить несколько типов организации с присущими им определенными видами корпоративных культур. Также мы классифицировали возможные виды конфликтов, встречающиеся в организации. Затем сопоставили основные параметры каждой корпоративной культуры с соответствующими этим культурам конфликтами, встречающимися в организации. В своем исследовании мы опирались на типологию корпоративных культур Л. Нельсона и Ф. Бернса, а также на модель Г. Харрисона.[6] Авторы выделяют тип высокоэффективной корпоративной культуры, которую мы будем рассматривать как идеальную модель.

Так, в соответствии с выделенными особенностями, можно сказать, что люди, работающие в организации с первым типом корпоративной культуры, ориентированной на роль (отзывчивый тип организации) способны чутко реагировать на ситуацию, с которой они столкнулись, но не способны взять инициативу на себя, чтобы направить события так, как им бы хотелось. Поэтому мы можем предположить о высокой вероятности возникновения горизонтальных конфликтов или конфликтов цели в организациях с такой корпоративной культурой.

В центре внимания второго типа организаций, ориентированных на власть, (реагирующий тип организации) стоят процедуры и правила, ясно сформулированные функциональные предписания. Руководители прилагают все усилия, чтобы установить абсолютный контроль над подчиненными. Работники борются за стратегические посты, карьера складывается в соответствии с их положением на этой арене власти. И здесь возможно наличие таких конфликтов как вертикальных и чувственных, проявляющийся в ситуации, когда у участников возникают различные чувства и эмоции, лежащие в основе их отношений друг с другом. Люди просто вызывают друг у друга раздражение стилем своего поведения, ведения дел, взаимодействия. Такие конфликты труднее всего поддаются разрешению, так как в их основе лежат психологические причины.

И третий тип организации включает активную (ориентированную на задачи) корпоративную культуру, с четко установленными правилами и планом деятельности. Достижение цели направленно на ближайшее будущее, а руководство нацеливающее. Обоюдная лояльность и взаимное уважение являются отличительными признаками стиля руководства, сформировавшегося в активных организациях. В связи с этими характеристиками, можно предположить, что возможно возникновение таких типов конфликтов как линейно-функционального или чувственного, а также частично вертикального, когда руководство не достаточно компетентно и жестко выстраивает границы и правила.

Следует отметить, что выделенные параметры и их соотношение представлены в гипотетической форме и требуют дальнейшего исследования.

Таким образом, можно сказать, что, не смотря на сложность изучаемой нами проблемы, тем не менее, конфликты можно прогнозировать, а их последствия, хотя и с немалым трудом, предвидеть. А предвидеть и управлять конфликтами можно, как мы предполагаем, с помощью рассмотрения особенностей корпоративной культуры как одного из факторов влияющего на деятельность организации в целом. Поэтому дальнейшая наша работа будет состоять в более подробном рассмотрении и исследовании связи корпоративной культуры и частоты возникновения конфликтов в организации.

Результатом нашего исследования будет являться разработка программного продукта- диска, позволяющего прогнозировать конфликты в организационной структуре и управлять ими. Предполагается широкое использование данного программного продукта в образовательных учреждениях, которые в современных условиях приобрели самостоятельность и в которых уже наблюдаются процессы, связанные с рождением, формированием и развитием корпоративных культур.

#### Литература

1. Андреев В. И. Конфликтология: Искусство спора, ведения переговоров, разрешения конфликтов. М., 1995.
2. Андреева Г. М. Социальная психология. М., 1994.
3. Базаров Т.Ю. «Управление персоналом», Москва 1998
4. Смирнов Э.А. «Основы теории организации», Москва 1998
5. Чумиков А.Н. Управление конфликтами. - М., 1995
6. Ресурсы Интернет:
7. <http://corpculture.ru/>

**Казакова Т.В.**

**г.Лесосибирск, ЛПИ-фСФУ**

### **Теоретический анализ подходов к изучению жизненного самоосуществления в психологии**

Термин «самоосуществление» (self – fulfillment) трактуется как свершившийся, конечный результат самореализации, полная реализация возможностей личности, а термины «самоактуализация» (self – actualization) и «самореализация» (self – realization) используются чаще всего как синонимичные понятия.

Термин «самореализация» впервые приводится в Словаре по философии и психологии, изданном в 1902 году в Лондоне: «Самореализация — осуществление возможностей развития "Я", то есть определяется как «реализация собственных усилий человека», «сбалансированное и гармоничное раскрытие всех аспектов личности, развитие генетических и личностных возможностей». Такое определение соответствует доктрине, согласно которой высшим конечным результатом развития является самореализация или самоосуществление.

Процесс самоосуществления подразумевает целенаправленную активность человека: по отношению к самому себе она означает стремление более ясно и глубоко испытывать свои чувства, желания, убеждения; найти доступ к своим ресурсам и использовать их конструктивно; яснее воспринимать направление своей жизни, с ответственностью за себя и свои решения; по отношению к другим – это стремление общаться с ними в соответствии со своими истинными чувствами; уважать в них отдельную личность со своими правами и особенностями; взаимодействовать с ними, а не использовать их как средство достижения своих целей; по отношению к работе это означает, что сама работа становится важнее, чем удовлетворение гордости или тщеславия, а цель ее теперь – открыть и развить то, чем ты одарен, и стать более продуктивным.

Теоретическое обоснование психологических условий самоосуществления наиболее глубоко разработано в пределах гуманистической психологии. Представители гуманистической психологии (Г. Олпорт, А. Маслоу, К. Роджерс и др.) считали, что в каждом человеке биологически заложены потенциальные возможности для позитивного роста и совершенствования. Основопологающей для гуманистического направления является идея о том, что осознанное стремление к максимально возможному раскрытию своего человеческого потенциала и его реализации в